

LAHDE KÄNNÄT



KAUPALLISTAMISEN
KOLMINÄYTÖS

21.1.—28.2.2025

KOLMINAYTOS.FI

Kaupallistamisen kolminäytös ...ja mitä sinä siitä saat

Tämä tavoitteellinen valmennusohjelma on räätälöity PK-yritysten operatiivisille johtajille, sekä kasvuhakuisten mikroyritysten omistajaportaalille.

Kuuden viikon aikana käymme läpi kaikki tärkeimmät yrityksen – ja yrityksen tarjoaman – kaupallistamisen kulmakivet.

Valmennuksen euroja tuottavat tehot luodaan oivalluttamisen lisäksi konkreettisten tehtävien kautta. Kaikki vaiheet tehdään niin, että tiedon

taisteluparina tulee aina myös taito, sekä aito ymmärrys siitä miten valmennuksessa saatu tieto-taito hyödynnetään päivittäisessä liiketoiminnassa menestyksekkäästi.

Valmennusohjelma pohjaa tutkittuun tietoon, kentällä testattuun taitoon, sekä Tonin ja Kertin yhdessä luomaan kokonaisuuteen, jossa sinä ja yrityksesi saatte työkalut yrityksesi maineenhallintaan, tunnettuuden sekä kassavirran kasvattamisen, ja parempaan liiketoimintaan – aina uusista asiakkaista strategisiin asiakkuuksiin asti.

Mielikuvat

Markkinointi

Maine
(Brändi)

"Tunteella ostetaan,
järjellä maksetaan."

— TONI LÄHDE

"Myyjän paikka on
asiakkaan mielessä."

— KERT KENNER

Myynti

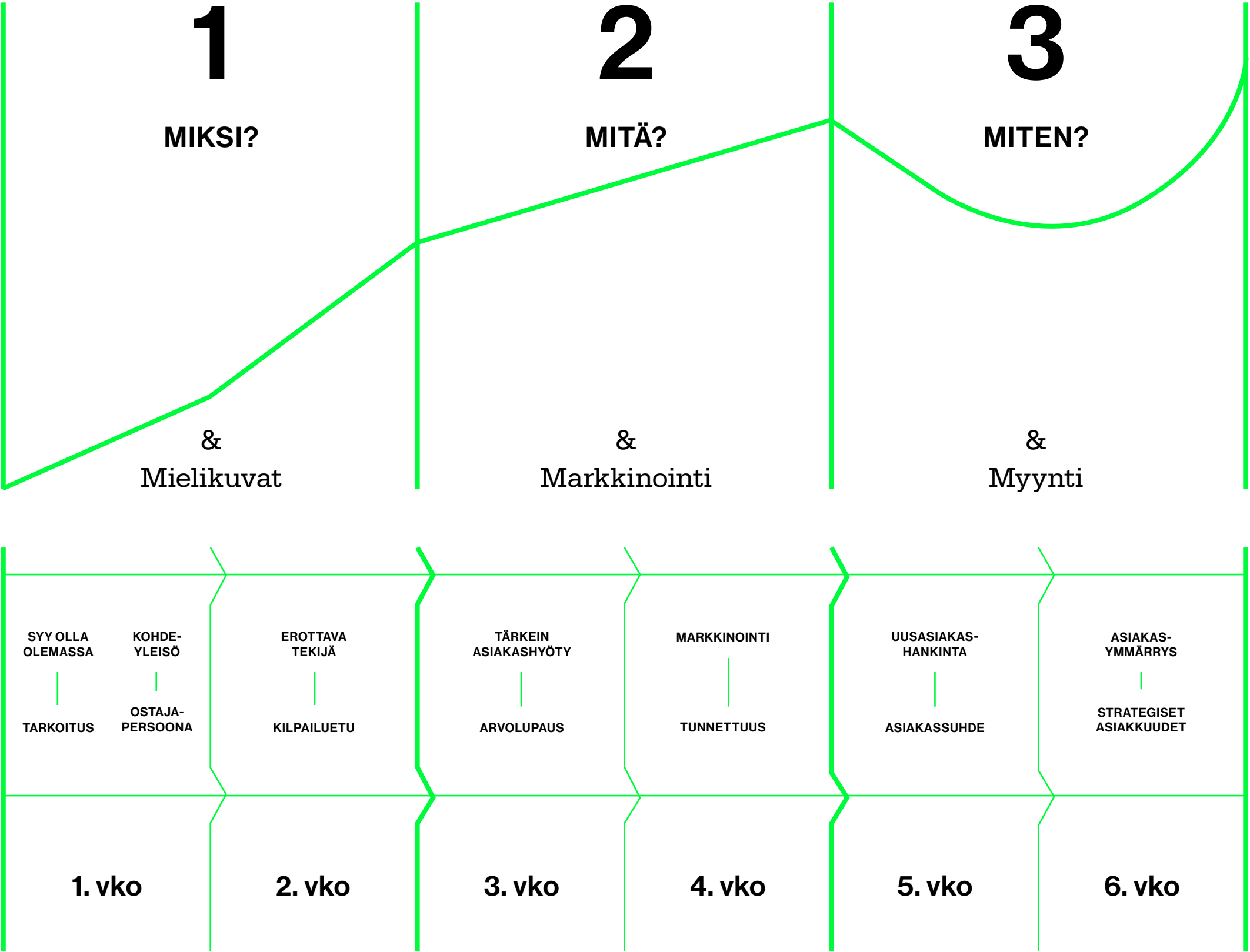
3 näytöstä 6 osaa

Valmennusohjelma paneutuu kolmeen keskeiseen kysymykseen, joihin vastaamalla rakennetaan yrityksestäsi menestystarina.

MIKSI? kysymyksen kautta menemme yrityksesi olemassaolon ja merkityksen äärelle. Samalla kirkastamme asiakasryhmäsi sekä kilpailuetusi.

MITÄ? kysymyksen kautta määrittelemme yhdessä arvolupauksesi sekä kehitämme yrityksellesi kanavat sen viestimiseen ja äänen kuuluvaksi saamiseen.

MITEN? kysymyksen kautta kehitämme yrityksellesi toimintatavat ja konseptit uusien asiakkaiden tulokselliseksi hankkimiselle ja tärkeiden asiakkaiden suhteiden syventämiselle.

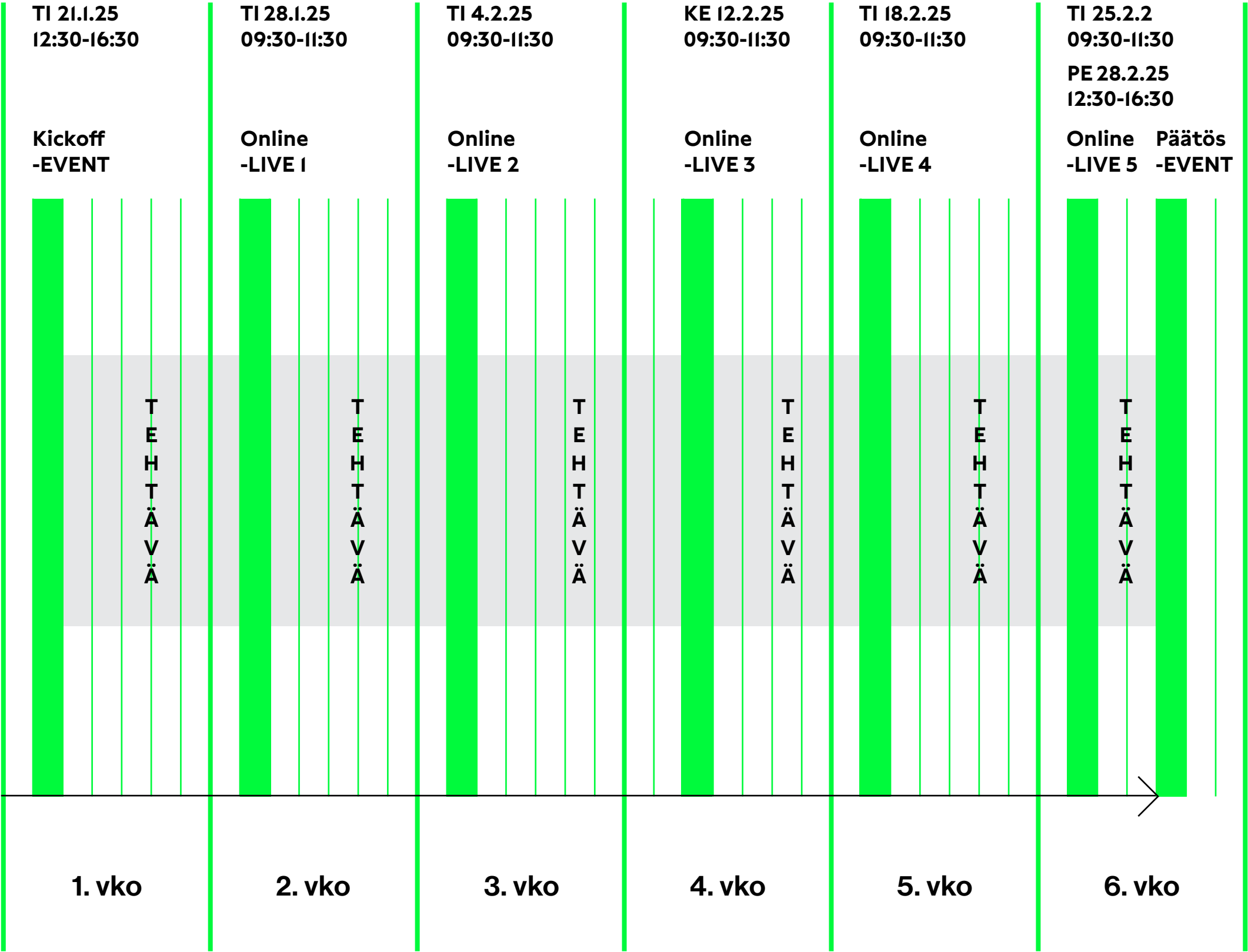


Pienryhmä, 6 viikkoa

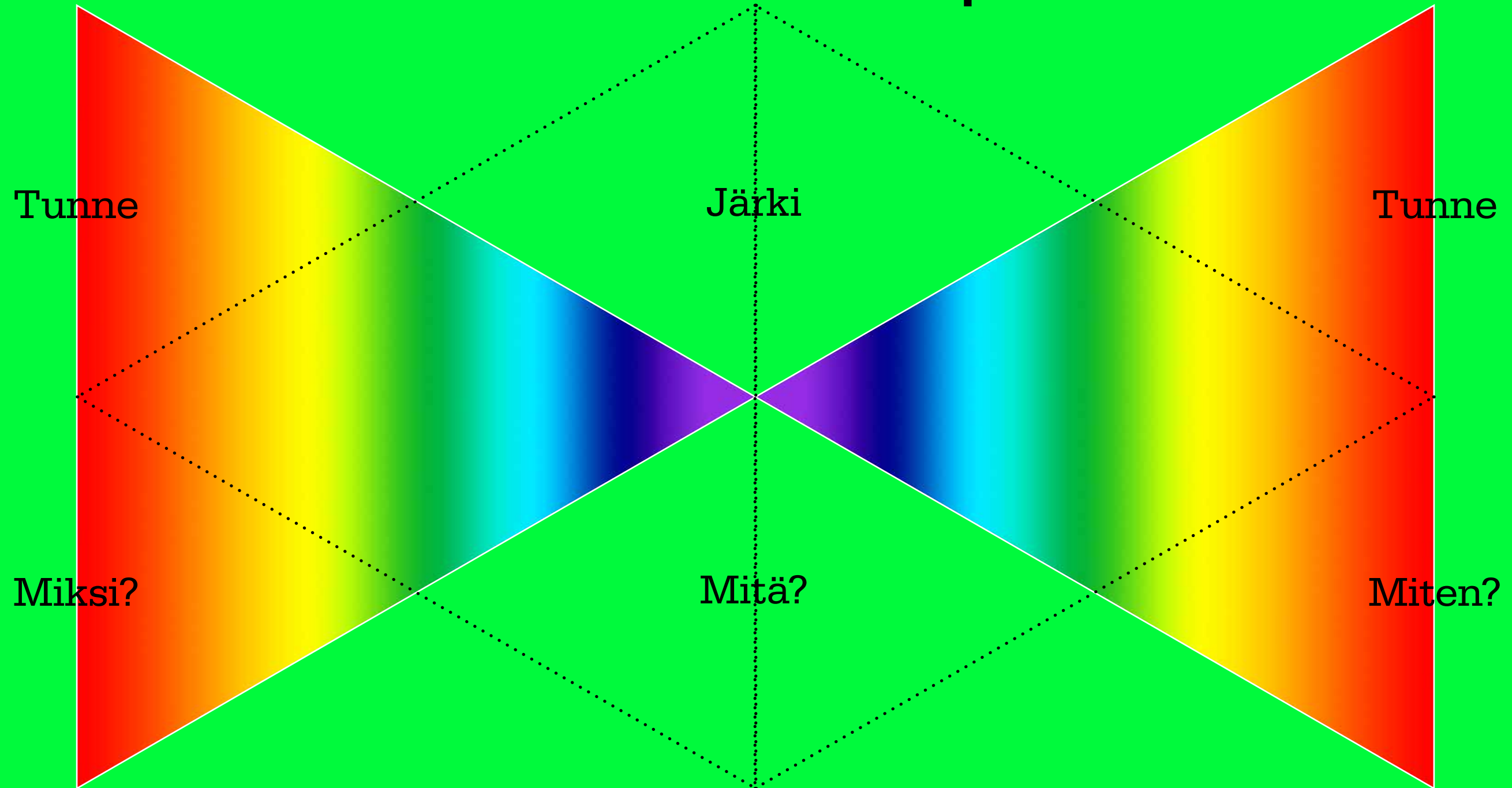
Kaupallistamisen kolminäytöksen päätavoite on vaikuttavuus. Markkinoilla on liikaa valmennuksia, joiden tulokset jäävät vain lupauksiksi. Tämä ei ole sellainen.

Toni & Kert ovat rakentaneet valmennusohjelmaan työkirjan, jota täyttämällä rakennat yrityksesi polkua menestystarinaksi. Jokainen valmennuskerta on tarkaan hiottu, jossa kokonaisuus kerrallaan kuljemme kohti haluttuja, kestäviä tuloksia.

Valmennusohjelma pohjaa Tonin & Kertin yhdessä luomaan Peilispektri-prosessiin. Yhdessä työskentely sisältää live- ja online-valmennuksia, sekä 1:1-mentoroinnin.



Lähde-Kenner-Peilispektri



Toni Lähde

Brand & Marketing Strategist

Luova johtaja

Toni Lähde on yksi Suomen tunnetuimmista ja kysytyimmistä brändi- ja markkinointistrategista, sekä neuvonantajista.

Toni on toiminut noin 20 vuotta sitten perustamansa luovan toimiston johtohahmona, tehden tuloksellista brändi- ja markkinointityötä maailman halutuimmille brändeille, kilpaillen maailman suurimpia mainos-, markkinointi- ja viestintätoimistoja vastaan kansainvälisillä areenoilla. Lisäksi Toni tunnetaan myös Diili-ohjelman neuvonantajana.

Lähteen asiakkaina ovat muun muassa Microsoft, ZEISS, Nokia, Qualcomm, HMD, Outokumpu, Thermo Fisher Scientific, Polar, Altia/Anora, Stockmann, Pernod Ricard, Naava, Sinebrychoff, Kesko, Battery sekä lukuisia muita.



Kert Kenner

Modern Sales Coach

CEO / Kenner Company

Kert Kenner on yksi Suomen halutuimmista ja vaikuttavimmista modernin myynnin valmentajista.

Kert on toiminut yli 24 vuotta myyntivalmentajana ja hänellä on kokemusta yli 1300 yrityksen modernin myynnin kehittämisestä ja valmentamisesta. Kert on menestysteoksen #MYYNLIKIRJA – Menesty uuden ajan B2B -myynnissä – kirjan kirjoittaja ja Suomen kuunnelluimpien myyntiin liittyvien podcastien joukkoon kuuluvan #MYYNTIPODI:n perustaja ja vetäjä.

Kertin asiakkaina ovat muun muassa Salesforce, Lumene, Great Place To Work, Fujitsu, Solita, Sanoma, Colgate, Visma, Jungle Juice Bar, Granlund, Senaatti, Alma Media, Scandic, Kesko, DNA, YIT, HKScan, Avidly, Sodexo, ISS sekä lukuisia muita.



Kick-off

1. VIIKKO:

Syy olla olemassa › **Missio** & Kohderyhmä › **Ostajapersoona**

VIKKOSISÄLTÖ:

Kaupallistamisen kolminäytös alkaa!
Avataan se mistä osioista matkamme koostuu ja tutustumme kanssamatkustajiin. Tämän lisäksi ensimmäisellä viikolla kiteytetään yrityksesi *syy olla olemassa*, ja tarinallistetaan missiolauseke kohdeyleisöspesifiksi – eli *heille merkitykselliseksi* – syyksi olla osa yrityksesi bränditarinaa.

AGENDA/AVAINTEEMAT:

- Valmennusohjelman esittely
- Henkilöiden esittely ja ryhmäytyminen
- Työmateriaalien ja tekniikoiden läpikäynti
- Kaupallistamisen spektri – matka menestystarinaksi
- Miksi *miksi*-kysymys on tärkeä?

TUOTOKSET/KONKRETIA:

Yrityksesi tarjoama kiteytetään asiakkaittesi – ja uusien asiakkaittesi – tunteisiin vetoavaksi haluiksi ostaa, kuitenkin säilyttäen heidän järkeä puhutteleva tarve maksaa.

Online 1

2. VIIKKO:

Erottava tekijä › **Kilpailuetu**

VIKKOSISÄLTÖ:

Viestimätön kilpailuetu ei ole kilpailuetu!
Tällä viikolla selkiytetään yrityksesi
erottava tekijä – eli *merkityksellinen*
paremmuutesi suhteessa kilpailijoihisi –
ja tiivistetään siitä helposti viestittävä,
tarinallinen *kilpailuetu*.

AGENDA/AVAINTEEMAT:

- Asiakkaiden ostokäyttäytymisen muutos – mistä tekijöistä tulevaisuudessa löydetään kilpailuetua?
- Kilpailukyky vs kilpailuetu
- Omien kilpailuetujen löytäminen
- Kilpailuetujen tarinnallistaminen ja viestiminen

TUOTOKSET/KONKRETIA:

Yrityksellesi tunnistetaan konkreettiset kilpailuetutekijät sekä suunnitellaan tarinat niiden viestimiselle.

Online 2

3. VIIKKO:

Tärkein asiakashyöty › Arvolupaus

VIKKOSISÄLTÖ:

Nykypäivän asiakkaita ei kiinnosta ainoastaan tuote/palvelu, vaan *he haluavat ostaa arvoa*. Menestyäksesi sinun on kaikessa toiminnassasi konkretisoitava se, mistä yrityksesi tuotteen/palvelun *asiakasarvo* syntyy. Tällä viikolla analysoimme unelmaasiakkaallesi sen mistä yrityksesi arvo asiakkaalle syntyy ja kiteytämme sen *arvolupaukseksi*.

AGENDA/AVAINTEEMAT:

- Mistä arvokokemus syntyy?
- Unelma-asiakkaan määrittelyminen ja asiakasymmärryksen lisääminen
- Toiminnallinen arvo, taloudellinen arvo ja tunnearvo
- Arvolupaukset ja niiden tarinnallistaminen

TUOTOKSET/KONKRETIA:

Kirkastetaan yrityksesi unelma-asiakasprofili. Määritellään yrityksesi tärkeimmät asiakashyödyt sekä tiivistetään ne arvolupauksiksi.

Online 3

4. VIIKKO:

Markkinointi › **Tunnettuus**

VIKKOSISÄLTÖ:

Asiakkaiden ostoprosessi alkaa verkosta. Asiakas käyttää suurimman osan ajastaan itsenäisesti eri vaihtoehtojen analysointiin. Digitaalisessa maailmassa *markkinoinnin merkitys vaan kasvaa menestystarinoiden luonnissa*. Tällä viikolla tunnistamme yrityksesi *keskeisimmät markkinointikanavat sekä -tavat*, ja kehitämme markkinointia niin *yritys- kuin yksilötasolla*.

AGENDA/AVAINTEEMAT:

- B2B asiakas 2024 – miten asiakas ostaa?
- Asiakkaan matka ja Customer Journey
- Ostopolkua tukevat sisällöt
- Markkinoinnin suunnitelmallisuus ja johtaminen
- Ajatusjohtajuus ja social selling – minä vaikuttajaksi

TUOTOKSET/KONKRETIA:

Määritellään yrityksellesi keskeiset markkinointikanavat. Rakennetaan yrityksellesi systemaattinen tapa markkinoitiin ja luodaan markkinoinnin vuosikello. Lisäksi tehdään yrityksellesi toimintamallit ja pelisäännöt ajatusjohtajuuden ja social sellingin haltuunotolle.

Online 4

5. VIIKKO:

Uusasiakashankinta › **Asiakassuhde**

VIKKOSISÄLTÖ:

Uusmyynnissä menestyminen vaatii *jatkuvia aktiviteetteja* ja *toimivia konsepteja*. Tällä viikolla kehitämme globaalisti parhaiten toimivista toimintamalleista yrityksellesi *uusmyynninkoneiston* mikä takaa *systemaattisen uusasiakashankinnan* nyt ja tulevaisuudessa.

AGENDA/AVAINTEEMAT:

- Monikanavainen kontaktointi – kylmästä lämpimään
- Vaikuttava asiakaskohtaaminen
- Kuulemisen jalo taito – järki vs tunne
- Arvon viestiminen ja myyminen
- Voittava tarjous ja tarjousprosessi
- Myyntiprosessi x AI

TUOTOKSET/KONKRETIA:

Määritellään yrityksellesi kontaktointikanavat ja toimintamallit uusien asiakkaiden kontaktoinnille. Määritellään yritykselle tapa kohdata asiakas vaikuttavasti. Suunnitellaan ja kehitetään yrityksellesi voittava tarjous ja tarjousprosessi.

Online 5

6. VIIKKO:

Asiakasymmärrys › **Strategiset asiakkuudet**

VIKKOSISÄLTÖ:

Olemassa oleville asiakkaille on (tutkimuksesta riippuen) 5-8 kertaa helpompaa myydä kuin uusille. Tällä viikolla keskitymme yrityksesi *strategisesti tärkeiden asiakkuuksien* syventämisen toimintamallien ja työkalujen kehittämiseen.

AGENDA/AVAINTEEMAT:

- Ovatko kaikki asiakkaat yhtä tärkeitä? – ihmiset ovat, yritykset eivät
- Erilaisia hoitomalleja asiakkuuksien syventämiselle
- Asiakaskohtainen taktiikka ja asiakkuussuunnitelma
- Asiakkuuspalaverin vaikuttava läpivienti

TUOTOKSET/KONKRETIA:

Määritellään yrityksellesi eri asiakassegmentit ja siihen liittyvät kriteerit asiakkaiden tärkeyden mukaan. Luodaan yrityksellesi eri asiakassegmenteille hoitomallit ja työkalut asiakkuuksien syventämiselle ja lisämyynnin tekemiselle.

Päätöstapahtuma

6. VIIKKO:

Liiketoiminta › **Kaupallistamisen 360° ymmärrys**

VIKKOSISÄLTÖ:

Kaupallistamisen kolminäytös alkaa tulla päätökseen. Tämän viikon lopetuksen tarkoitus on *sovittujen asioiden kokoaminen, keskeisimpien oivallusten terävöittäminen* ja *seuraavien toimenpiteiden aikatauluttaminen*. Kehitys on jatkuvaa ja se ei koskaan pääty. Pohjustamme yhdessä myös seuraavat jatkoaskeleet.

AGENDA/AVAINTEEMAT:

- Yhteenveto valmennuksen keskeisiä teemoista ja osa-alueista
- Yrityskohtaiset esittelyt parhaista kehitetystä toimintamalleista ja tuloksista
- Grande Finale – kilpailun voittaja
- Jatkotoimenpiteiden suunnittelu, resurssointi ja aikataulutus

TUOTOKSET/KONKRETIA:

Viimeistelemme yrityksesi Kaupallistamisen kolminäytöksen työkirjan sekä laadimme siitä esityksen. Kirkastamme yhdessä kriittiset jatkoaskeleet, siihen liittyvät resurssit sekä aikataulun.

1:1 –mentorointi

KOULUTUSOHJELMAN JÄLKEEN:

Jatkuva kehitys › **Jatkuva kasvu**

TEEMAPOHJAINEN 1:1:

Kaupallistamisen kolminäytökseen on varattu kullekin osallistujayritykselle tunnin *1:1-mentorointi Tonin ja Kertin kanssa.*

1:1:n aikana tuetaan yrityskohtaisesti valmennusohjelmassa esiteltyjen toimintamallien ja työkalujen soveltamista *yrityksesi kehittämiseen.* 1:1-teema määritellään yhdessä sinun kanssasi.

TEEMAT VOIVAT OLLA ESIM:

- Olemassa olon tarkoituksen kirkastaminen
- Unelma-asiakasprofilin suunnittelu
- Kilpailuetujen sparraus ja tunnistaminen
- Arvolupauksen terävöittäminen
- Markkinoinnin vaikuttavuuden kehittäminen
- Social Sellingin sparraaminen
- Uusien asiakkaiden kontaktoinnin tehostaminen
- Asiakastapaamisten konseptointi
- Voittavan tarjouksen tekeminen
- Strategisten asiakkaiden kasvattaminen
- Teknologioiden ja tekoälyn hyödyntäminen
- Jokin muu yhteisesti sovittu aihealue

Hinnoittelu

KAUPALLISTAMISEN KOLMINÄYTÖS:

6 viikkoa + 1:1-mentorointi › **Joukko ammattilaista**

Ohjelmaan mukaan pääseminen maksaa **2750 €/osallistuja**.

Mikäli yrityksestä haluaa valmennusohjelmaan osallistua myös toinen avainhenkilö, on osallistuminen hänelle 10% edullisempi. HUOM. Ohjelmaan mukaan pääsee kuitenkin max 2 henkilöä/yritys. Alv 25,5% lisätään hintaan.

Valmennusohjelma tapahtuu aikavälillä
21.1.–28.2.2025

Onnistuaksemme tarvitsemme sinulta vaan avoimen mielen, oikeanlaisen asenteen sekä tahdonvoiman saada asioita aikaiseksi.

• Kick-off	Ti 21.1.25	12:30–16:30	4h
+ Tehtävä			
• Online 1	Ti 28.1.25	09:30–11.30	2h
+ Tehtävä			
• Online 2	Ti 4.2.25	09:30–11.30	2h
+ Tehtävä			
• Online 3	Ke 12.2.25	09:30–11.30	2h
+ Tehtävä			
• Online 4	Ti 18.2.25	09:30–11.30	2h
+ Tehtävä			
• Online 5	Ti 25.2.25	09:30–11.30	2h
+ Tehtävä			
• Päätös	Pe 28.2.25	12:30–16.30	4h
+			
• 1:1-mentorointi	Aikaisintaan 23.3.2025		1 h

Kiitos.

© LÄHDE & KENNER

TONI LÄHDE

KERT KENNER

040 704 8940

050 548 8278

toni@macwell.fi

kert@kennerco.fi

KAUPALLISTAMISEN KOLMINÄYTÖS

MIELIKUVAT × MARKKINOINTI × MYYNTI